



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde ÖBB-Verkupppler Jobangebot

Die Beschwerde bezieht sich auf ein Jobangebot der ÖBB Infra zur Rekrutierung von Verschiebern. Das gänzlich sachlich sympathisch wirkende Sujet stellt einen Mann mit Schutzhelm dar, der einen ÖBB-Arbeits-Anorak trägt und ein gelbes Arbeitsgerät in Händen hält. Neben ihm steht: „Sladi sucht neue Kolleg:innen“. Sladi scheint am Verschiebe-Bahnhof zu stehen. Die gesamte Darstellung ist so sachlich, dass die Zeile mit dem Aufruf „Verkuppel auch du ganz Österreich!“ fast eine Irreführung ist und auch zu Irritation im Zusammenhang mit Sladi führt. Der Text darunter ist auch wiederum sehr neutral gehalten: Jobs mit Sinn und Zukunftsperspektive: Bewirb dich jetzt auf [karriere.oebb.at](http://karriere.oebb.at) als Verschieber:in und stelle Züge zusammen! HEUTE. FÜR MORGEN. FÜR UNS. ÖBB Infra.

Ganz sicher wollte man damit nur einen lustigen Akzent für Aufmerksamkeit setzen, durch das Gendern entsteht aber eine unangenehme Situation. Auch wenn ein Verschieber an der Kupplung arbeitet, ist er kein Verkupppler und es liegt sicher nicht in der Absicht der ÖBB Infra sich bewerbende „:innen“ in eine unangenehme und unwohle Situation - mit „Sladi“ - zu bringen. Im Minenfeld der strengen Compliance-Richtlinien / Code of Conduct bei globalen Konzernen wäre diese Art von Kommunikation gar nicht erlaubt, weil damit für weibliche Mitarbeitende unangenehme Alltags-Situation geschaffen werden können bzw. vom Management sogar damit angezettelt würden.

#### 1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

##### 1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

*1.1.3. Werbung muss den Grundsätzen der Lauterkeit, wie sie im Wirtschaftsleben allgemein anerkannt sind, entsprechen.*

*1.1.5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch entwürdigende oder diskriminierende Darstellungen*

##### 2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

##### 2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

*2.1.6. sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext.*

Die Anwerbung von neuen Mitarbeiter:innen muss der Lauterkeit, wie sie im Wirtschaftsleben allgemein anerkannt ist - also dem Code of Conduct (dem Verhaltenskodex für Führungskräfte) - entsprechen. Die harte Arbeit des/r Verschieber-Mitarbeiters/In in die Leichtigkeit des Verkuppelns zu bringen, erweist diesem Beruf nicht die entsprechende Würdigung sowie erscheint der Aufruf zu Verkuppeln eine quasi Sexualisierung dieses Berufs. Eine Sensibilisierung ist angebracht.

**Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Printanzeige) von der ÖBB **keinen Grund zum Einschreiten**.

**Begründung:**

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich beim Sujet der ÖBB Infra für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

Mit dem Leitspruch „Verkuppel auch du ganz Österreich – Sladi sucht neue Kolleg:innen“ sucht die ÖBB Infra neue Verschieber:innen.

Das Werbesujet stellt das Wort „Verkuppeln“ in den Vordergrund, welches im Bereich von Bahn- und Schienenfahrzeugen der Fachbegriff für das Zusammenstellen von Wagons / Zügen ist. Obwohl der Satz „Verkuppel auch du ganz Österreich“ durchaus doppeldeutig interpretiert werden kann, wird dabei keine Abwertung oder Diskriminierung von Personen erzeugt. Vielmehr steht ein humoristisches Wortspiel für die Werberäte und Werberätinnen im Vordergrund, das zum Schmunzeln einlädt.

Zudem spricht das Werbesujet Frauen und Männer an und erläutert in der näheren Beschreibung, dass Fachkräfte in diesem spezifischen Bereich gesucht werden. Eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft wird in der Text-Bild-Kombination von den Werberäten und Werberätinnen nicht erkannt. Es besteht **kein Grund zum Einschreiten** seitens des Österreichischen Werberats.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3696>